

学校编码: 10384

学号: 200232005

分类号 _____ 密级 _____

UDC _____

厦 门 大 学
硕 士 学 位 论 文

新时期党报与受众关系的建构

The Relationship Establishment

Between Chinese Part Organ and Readers

高 辉

指导教师姓名: 赵振祥 副教授

专 业 名 称: 新闻学

论文提交日期:

论文答辩时间:

学位授予日期:

答辩委员会主席: _____

评 阅 人: _____

2005 年 05 月

厦门大学学位论文原创性声明

兹呈交的学位论文，是本人在导师指导下独立完成的
研究成果。本人在论文写作中参考的其他个人或集体的研
究成果，均在文中以明确方式标明。本人依法享有和承担
由此论文而产生的权利和责任。

声明人（签名）：

年 月 日

论文摘要

党报的生存和发展一直是新闻学界和业界关注和研究的焦点。进入新千年以后，中国社会的发展进入了新的阶段，党报也在此阶段推出了很多不同于以往的举措——《人民日报》等四家党报于 2003 年 4 月份开始报摊上零售发行，上海《解放日报》改版后，在电视媒体和子报上打出广告和口号……党报似乎开始改变以往严肃、不苟言笑的面孔，开始向这个时代的特点靠拢，开始向市场靠拢，也开始向受众靠拢，党报开始注重与受众关系的建构，党报的发展进入了一个新的阶段。与之相适应，许多研究者开始把注意力集中于党报如何参与市场竞争的问题，这方面的著述连篇累牍，而对于党报参与市场竞争的前提——建构新时期的受众关系问题却关注不够。本文认为，研究党报与受众关系的发展演进，是研究党报在新时期发展特点的根本着眼点，因此提出本文的研究问题：新时期，党报是如何建构与受众的关系的。

本文总结了党报加强受众关系的历史，重点探索在现阶段，党报采用哪些方式方法来建构和加强与读者的关系。研究发现，现阶段党报不仅继承了读者来信、读者座谈会等传统的方法加强与读者关系，更引进了受众调查、媒体公关等现代、新型、科学的研究方法和手段来加强与读者的关系。本文在总结和分析了各种方式的意义、内容、方法和存在的问题的基础上，提出党报在建构与读者关系方面应坚持其“喉舌”功能、坚持本土化、以及坚持经济效益与社会效益并重的三个原则。

关键词：党报；受众研究；媒体公关

Abstract

Existing and developing of Chinese part organs has been focus during the research field of journalism. After new millennium, the Chinese society entered a brand new phase; part organs also gave a large number of changes to their readers. It seemed that Chinese part organs began to change their look from stiffness and blankness to smartness; they started to pay attention to the media market and the relationship with readers.

How part organs faces the sharp competition with a mass of media in the market was emphasis of the research. There were abundant research and discussion on how part organs should do during their development in the field of journalism. However the premiss was a blank that how was the relationship between part organs and readers. Thus this dissertation brings forward its question to discuss: How does the part organ upbuild and strengthen its relationship with readers?

This dissertation summarize the history of the part organ, and put it emphasis on the question that what movements the part organ gave to upbuild and reinforce the relationship between them and readers during the new phase. The research found that newspaper succeeded to the good methods such as dealing with the letters of readers and the colloquia of readers, besides they used the new modern method such as investigation and media public relationship to enhance the relationship.

After the sum-up and analysis on the meanings, content, process and disadvantages of every method, this dissertation tables a proposal that the part organ should insist the principle that the newspaper should serve the CCP and people, they should pay attention to the characters of Chinese readers, besides, they should have the profit from the market.

[Keywords]: the part organ; audience research; media public relationship

目 录

原创声名·····	I
内容摘要·····	II
绪 论·····	1
第一章 党报与受众关系之历史回顾·····	11
第一节 党报与受众关系的理论建设·····	11
第二节 党报建构与受众关系的实践·····	14
第二章 党报与受众关系建构之传统途径·····	20
第一节 读者座谈会·····	20
第二节 读者来信·····	27
第三章 党报与受众关系建构之现代途径·····	34
第一节 受众调查·····	34
第二节 媒体公关活动·····	41
第四章 党报建构受众关系时应把握的原则·····	47
结 语·····	58

参考文献·····	59
-----------	----

后 记·····	63
----------	----

厦门大学博硕士论文摘要库

Content

Announce.....	I
Abstract.....	II
Introduction	1
Chapter One: Interview of the relationship between newspaper and readers.....	11
Section one: Theoretic production.....	11
Section two: Practical production.....	14
Chapter Two: Traditional approach to the relationship between newspaper and readers.....	20
Section one: Colloquia of readers.....	20
Section two: Letters of readers.....	27
Chapter three: Modernistic approach to the relationship between newspaper and readers.....	34
Section one: Investigation.....	34

Section two: Media public relationship	41
Chapter four: Principles to the relationship between newspaper and readers.....	47
Conclusion.....	58
Reference.....	59
Postscript.....	63

绪 论

一 研究背景：

2003 年 4 月全国各大报纸出现了这样的头条：胡锦涛主持中央政治局会议，讨论《关于进一步改进会议和领导同志活动新闻报道的意见》。会议的主要内容直接面向中国媒体的新闻改革，号召“进一步改进会议和领导同志活动的新闻报道，对全面贯彻‘三个代表’重要思想和十六大精神，促进和带动全党同志特别是各级领导干部进一步改进思想作风、工作作风和领导作风，密切党同人民群众的联系，具有十分重要的意义。各级党委要高度重视这项工作，并把它作为一件大事抓实抓好。中央和国家机关要带头，各级领导机关和领导干部要严格自律，自觉支持新闻媒体改进报道工作。新闻单位要坚持正确的舆论导向，大力宣传党的理论路线方针政策，多报道对工作有指导意义、群众关心的内容，力求准确、鲜明、生动，努力使新闻报道贴近实际、贴近群众、贴近生活，更好地为人民服务、为社会主义服务、为党和国家工作大局服务。”这一论述表明中央开始了新一轮的新闻改革。

2003 年 8 月温家宝总理考察了中央电视台，与中央电视台部分干部、记者、播音员、主持人进行座谈。温家宝指出，电视宣传要更多地展示改革开放和现代化建设的新成就，电视镜头要更多地对准群众，电视报道要更多地反映广大群众的意愿，电视节目要更多地创造广大群众喜闻乐见的内容和形式。

2003 年 4 月，中共中央政治局常委李长春在中央宣传思想文化部门负责人会议上强调，要从贴近实际、贴近生活、贴近群众入手，加强和改进宣传思想工作，切实把“三贴近”要求贯穿到宣传思想工作的各个方面，大力倡导“三贴近”，积极鼓励“三贴近”，努力实践“三贴近”，使“三

贴近”在宣传思想战线蔚然成风。

2004年4月26日起,《人民日报》、《光明日报》、《经济日报》、《北京日报》四家党报就开始在北京市城八区部分报刊亭上摊销售。党报开始走下“神坛”,得到广大读者的好评。

党报在新世纪以后推出的一系列举措,无疑又将报业市场和学术研究的关注点吸引到了党报这一领域。党报,因为其与生俱来的特殊的地位和角色,一直是报业关注的焦点。它的改革,不仅调整着众多都市报、晚报的改革方向,而且也牵动着学术界的眼球。到底党报这一系列的举动,是不是党报开始进入市场,跟众多都市报、晚报进行竞争的前奏,业界对此关注甚密。

对党报的发展和研究一直是业界和学界共同的焦点。党报在实际操作所进行的每一项变化都会引起学术界的关注,反之,学术界的研究成果往往成为党报进行改革变化的依据。而最近的中央的权威党报走下“神坛”,进入报摊,可以看作是党报拉近与受众关系的一种做法。长期以来,党报都以高高在上的姿态面对读者,给人不可侵犯,不可批评的感觉。而随着报业市场竞争的加剧,加之新闻改革的深化,党报与受众的关系也慢慢地发生改变。党报不断地根据市场形势进行改版,党报与读者的关系渐渐发生了微妙的变化。

本文正是从党报和受众变化的关系角度出发,试图探讨在新时期,党报在建构读者关系方面采取了哪些方法。分析各种方法的优劣处,以及党报在建构与读者关系方面应把握的原则。

二 文献综述

党报建设理论和业务方面的研究一直是学术界和业界的重点,关于党报和受众关系的研究文章主要集中在这样几个方面:

一. 受众研究方面:

对于受众研究所做的研究首推中国社会科学院陈崇山的《中国受众研究之回顾》，该研究报告纵观了从 1982 年到 2002 年，改革开放 20 年来，中国内地各级媒体、各类媒体以及新闻宣传单位和研究团体进行研究受众的历史过程。

这篇研究把这段时间受众调研的过程分为四个阶段。第一阶段从 1982 年到 1989 年，是受众研究领域解放思想，积极创新的阶段；第二阶段为 80 年代中期，是受众研究推波助澜形成高潮的阶段；第三阶段从 1990 年到 1994 年，是受众研究趋向成熟深入发展阶段；第四阶段从 1995 年至今，是受众研究进入市场走向规范化阶段。^①

陈崇山的这篇研究报告全面整理和分析了改革开放 20 年的中国受众调查研究的状况，对全国范围内受众研究领域所进行的受众调查、理论研究、成立的科研团体、调查机构以及所召开的会议作了全面综述，并提出了新世纪受众调查研究领域存在的问题，受众研究创新性和注意事项。

通过该篇论文对中国受众调查研究的历史回顾，可以发现，中国的受众调查研究日渐走向成熟，并且受到媒体的广泛重视。但是在各类媒体中，电视广播对受众调查研究的重视和运用程度要高于报纸，更高于党报，其中应用最多的是电视台的收视率。20 年以来能够产生重大影响的受众调查，多是对受众收看收听电视广播方面的。这是由于收视率直接影响着电视台的广告收入，并且电视广告的投放费用远远高于报纸版面。因此，从这篇研究中也可以看出，中国受众调查研究虽然得到重视，党报在这方面的应用却并不充分。

二. 党报研究方面

直接论述党报和读者关系的相关文章并不很多，更多的是以党报为单独的研究对象，论述其在新时期面临的问题和对策，研究主要分两方面。

^① 陈崇山《中国受众研究之回顾》《当代传播》2001 年第 1、2、3 期

1. 党报应加强受众意识

一方面，明确提出在新时期党报应将报纸本位的意识转变成受众本位的意识，更加从受众的观点出发制作新闻。另一方面，就党报要体现受众本位意识提出了具体措施。如杨志轩的《党报改版要增强以读者为本的意识》中提到：“党报改版，着力点不仅要放在版面上，而应更多地放在改革旧思维，旧习惯上，从旧有的‘传者地位’意识向‘读者本位’意识上转变，其目标应落实在让读者乐于接受，甚至与读者相互交流的实际效果上。”^①而其提出的具体措施上要有四点转变。第一，公文语言向新闻语言转变的传播技巧。第二，社会新闻和时政新闻并行的内容整合。第三，形象上摆脱束缚，追求视觉冲击力。第四，与时俱进，不断创新新闻观念。我国的新闻报道在语言上，一直以官方语言为主，报道以宣传的语气为主导，而不是传播的语气为主导；内容上，会议新闻，领导者的活动和讲话占很大的比例。这四点转变正是要从“至上而下”的角度转变成“自下而上”的角度来编辑报纸。

宋新桂的《党报主引导 读者是本位》从受众阅读报纸是因为需要的理论出发，认为党报应当以读者为核心，尽量满足受众对信息的需要，这是党报存在的价值。因此党报应该强化读者意识。文章提到党报走向市场的三个转变：一是从媒介本位转向读者本位，二是从指导为主转向服务为主，三是从机关型转向企业型。同时提出了党报如何在新时期走大众化办报路线这一问题。作者认为要解决这个问题，在内容上，党报应该始终把立足点放在广大基层干部群众关注的本地社会经济生活中的一系列问题上，努力满足读者的需要。^②

《盐阜大众报》的周爱群《以读者为本办好党报》也提到党报应该了解读者的需求，为读者提供“四个服务”——政策服务，法律服务，权益

^① 杨志轩《党报改版要增将以读者为本的意识》《大众社会科学》2002年第2期P24

^② 宋新桂《党报主引导 读者是本位》《新闻知识》1999年第三期P34-35

服务，生活咨询服务。这是将党报从进行宣传的长官地位，降到了为人民服务的公仆地位。

段京肃的《受众的地位与党报的吸引力》认为党报改革的当务之急是如何留住老读者，吸引扩大新读者。读者认为，受众的要求和对报纸的衡量标准已经发生变化，党报不应再用原来的眼光看读者和进行报纸编辑。面对这些改变，党报应采取的应变是：第一，读者的文化水平，教育水平整体提高，新闻工作者也应提到自己的素质。第二，党报的内容要随着形势的发展而发展；第三，党报的形式要进一步的创新；第四，党报要调整位置，与晚报、都市报是竞争而不是“君臣”的关系。^①

刘民安的《增强党报的可读性》提到“党报的可读性实际上就是群众性”，“扩大党报的影响，说到底就是扩大其在群众中的影响。一张党报办得怎么样，最终要由群众来判定。因此要办好党报，就要把着眼点放在从群众的角度看问题，即从具体地选择什么采访对象，确定什么报道主题，到写作表达以至版面设计，都要从读者角度想想，要定期进行读者调查，经常检验某个时期的报道和版面，哪些受欢迎，哪些不受欢迎，及时总结，及时改进。”^②

2. 党报应改进采编业务：

《如何让党报言论“入心”》直接针对党报言论性文章的写作问题，提出了现在党报言论不“入心”的原因是：党报“只说远的，不说身边的；特别注重他人的，轻易忽略自己的；只谈群众已懂的，少谈不懂或者困惑的；注重内容因素，忽视表现形式；形式化的‘理性’堆积，没有多少感情味。”文章的作者提出党报言论应从读者的共性心理出发，富有针对性、说服力强的言论宣传的艺术方法。要做到这样，应该关注已经引起群众关心的焦点问题；有穿透力，针对性；转换言论写作的一般模式，以新颖的

^① 段京肃《受众的地位与党报的吸引力》《新闻战线》2002年第3期 P18-19

^② 刘民安《增强党报的可读性》《新闻知识》1994年第4期 P1

外在表现形式营造和谐的对话氛围；还要凸显感情。^①

《给读者一个洞察的视线——党报深度报道的探索与思考》认为如果很多报纸的报道只有就事论事，浮光掠影的报，而没有深入的分析 and 探讨，引发不了读者的思考。作者认为党报应该在深度报道上下功夫，而要写好深度报道，应该有“四线”。与时俱进的政治视线，即选题要选重大题材，做深度观察；前瞻性的预见视线，开掘新闻事件的深层信息和其他事件（如历史事件）的联系，把握其发展的趋势和轨道，从“明天”的角度来透视已发生的信息，展望未来，以及未来政治、经济、社会发展的连锁反应与影响；实事求是的辨证视线，用思考的眼光，在思辨性上求深度；整合信息的全息路线，通过系统地，全方位地提供新闻时间的各种背景、各种联系和各种预测，给受众提供全面的信息。^②

陈宗荣在《论地方党报要闻版的新闻稿件选择》中提到，党报的要闻版在选择稿件时应对稿件进行社会评估、新闻价值评估以及媒体适用性评估。社会评估是指稿件要在政治上与党中央保持高度一致，与地方党委、政府的战略部署合拍，必须坚持正确舆论导向，同时要注意社会的形势背景；新闻价值评估的因素包括：新闻题材的大小，新闻的需要程度，新闻的新颖性和新鲜性，新闻对社会公众的影响程度等；媒体适用性是指党报选择的稿件要适合自己媒体的性质、任务、特色的需要，地方党报要定准位，确定好办报宗旨和目标，慎重地对新闻稿件进行媒体适用性的评估。

曲岩、王维政认为党报的头条新闻尤为重要，应充分体现党的路线、方针、政策，具有权威性和指导性；它应是受众普遍关心的热点、难点、焦点问题，具有广泛的社会性；它应鲜活、生动、时效性强，具有新闻价值和舆论导向价值。为此，选择头条时应不拘一格；编辑头条时应标新立

^① 陈堂发 《如何让党报言论“入心”》《新闻知识》2002年第3期 P31-32

^② 杜耀峰 《给读者一个洞察的视线——党报深度报道的探索和思考》《新闻知识》2002年第10期 P4-5

异；还要走出误区，必要时将配角升位变头条。^①

《党报编辑要强化几个意识》关注了党报编辑工作的重要性，提出编辑人员要注意强化学习意识，把关意识，精品意识，创新意识和服务意识这五大意识。^②

综合以上文献发现，相关研究的共识是党报与读者的关系应该从传者本位转而关注受众；党报应加强服务受众的意识；而研究的重点多在于党报在采编业务上的具体做法。这些研究的优点在于全方位，多角度的探讨了党报要吸引读者的一系列举措，但不足之处在于，对于党报已经采取了哪些手段来加强与读者的联系这一现实问题没有明确的叙述和讨论。笔者认为只有了解现状才能抓住问题，进而研究问题和解决问题，因此在研究以上文献的优缺点后，提出本文的研究问题：新时期党报在建构与读者的关系上采取了哪些措施。

三. 研究方法

1. 文献分析法：借助图书馆、网络等渠道收集关于党报与受众关系的研究文章或专著，对所获得的资料进行分析研究，系统地整理前人对该领域的研究成果和研究基本思路，以及不足之处。

2. 历史研究法：本文将对我国党报加强与受众联系的理论及实践工作做历史性的回顾，以期发扬传统优势，引进现代手段，改进弊端。

3. 个案研究法：研究将选取代表中央、省级行政区、市级行政区的三家党报：《人民日报》、《解放日报》、《厦门日报》进行实例分析。选取有代表性的案例，进行收集、整理、分析和比较，从中总结经验教训，力图探索出党报应如何建构与受众的关系。

4. 访谈法：在实习调研中采访《厦门日报》、《解放日报》两家报纸的管理者及从业人员，进行深度访谈，尽可能获得更多的第一手资料。

^① 曲岩 王维政《关于编好党报要闻版“头条”的思考》《理论观察》2000年第4期 P85-86

^② 鲍铁英《党报编辑要强化几个意识》《新闻爱好者》2001年第3期 P1

Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to etd@xmu.edu.cn for delivery details.

厦门大学博硕士论文摘要库